

開南管理學院 93 年度第 2 學期 企業管理 學系科目教學計劃表

科目代碼	科目名稱	授課教師	修別	開課年級	學分數	每週時數																		
	中文：國際行銷管理	蔡重成	選修	企管四(下)	3	3																		
	英文：Global Marketing management	先修課程	行銷學																					
教學目標與內容	讓學生瞭解國際行銷的專業與應用，從而實現以下學習目標： (1)建立國際行銷環境的認知 (2)學習國際行銷的規劃與應用 (3)了解國際行銷的技巧與方法 (4)學習國際行銷的理念與應用																							
實施方法	<input checked="" type="checkbox"/> 講解法。 <input type="checkbox"/> 實作法。 <input checked="" type="checkbox"/> 討論法。 <input type="checkbox"/> 演習法。 <input type="checkbox"/> 問答法。 <input type="checkbox"/> 其他()。																							
評量方式	期中測驗 30%。期末測驗 30%。平時成績 10%。報告成績 30%。																							
授課使用及參考書籍	國際行銷管理，黃瑞芬等編譯																							
科目簡介(可含大綱及教學進度)：																								
<table border="0"> <tr> <td>第一週 全球行銷概述</td> <td>第七週 市場區隔與定位</td> <td>第十三週 價格決策</td> </tr> <tr> <td>第二週 全球行銷資源</td> <td>第八週 進口與出口</td> <td>第十四週 通路決策</td> </tr> <tr> <td>第三週 文化與社會影響</td> <td>第九週 期中考</td> <td>第十五週 促銷決策</td> </tr> <tr> <td>第四週 政治與法律影響</td> <td>第十週 進入策略與競爭</td> <td>第十六週 關係行銷 (I)</td> </tr> <tr> <td>第五週 市場與買方</td> <td>第十一週 策略聯盟</td> <td>第十七週 關係行銷 (II)</td> </tr> <tr> <td>第六週 行銷資訊系統</td> <td>第十二週 產品決策</td> <td>第十八週 期末考</td> </tr> </table>							第一週 全球行銷概述	第七週 市場區隔與定位	第十三週 價格決策	第二週 全球行銷資源	第八週 進口與出口	第十四週 通路決策	第三週 文化與社會影響	第九週 期中考	第十五週 促銷決策	第四週 政治與法律影響	第十週 進入策略與競爭	第十六週 關係行銷 (I)	第五週 市場與買方	第十一週 策略聯盟	第十七週 關係行銷 (II)	第六週 行銷資訊系統	第十二週 產品決策	第十八週 期末考
第一週 全球行銷概述	第七週 市場區隔與定位	第十三週 價格決策																						
第二週 全球行銷資源	第八週 進口與出口	第十四週 通路決策																						
第三週 文化與社會影響	第九週 期中考	第十五週 促銷決策																						
第四週 政治與法律影響	第十週 進入策略與競爭	第十六週 關係行銷 (I)																						
第五週 市場與買方	第十一週 策略聯盟	第十七週 關係行銷 (II)																						
第六週 行銷資訊系統	第十二週 產品決策	第十八週 期末考																						
<p>說明：1.授課教師於學期前填寫本表，經課程委員會審核後，影印分送給教師所屬課程委員會召集人，授課班級所屬系、所及教務處課務組；並於開始上課時，將本內容向學生說明。2.本表於91.4.23第四次校課程委員會討論通過。</p> <p style="text-align: right;"><small>Designer: jimmy</small></p>																								

課程委員會召集人：

企管系李文雄(印)

授課教師：

94.2.07